

中期経営計画 '08

2006年5月23日(火)

日本テレビ放送網株式会社



長期経営ビジョン

マスメディア＋インタラクティブメディア
＝トータルメディア企業

あらゆる伝送路で
映像メディア文化の
最大最良の担い手
であり続ける

(1)放送を軸にあらゆる伝送路の
広告市場でNo.1

(2)あらゆる伝送路の
コンテンツ供給でNo.1

(3)放送事業以外にも**収益の
大きな柱**がある

(4)あらゆる評価でNo.1





中期経営目標

2008年度総合優勝=4つのNo.1

1.放送収入で売上No.1

2.コンテンツ流通で**売上No.1**

3.放送外収入で**伸び率No.1**

4.顧客**満足度**でNo.1

2008年度連結業績目標

| | |
|-----------|---------------------|
| 売上高 | 4,280億円 (+814億円) |
| 経常利益 | 430億円 (+130億円) |
| 経常利益率 | 10 % |
| テレビ放送事業比率 | 72.4% |

(注) カッコ内は2005年度比

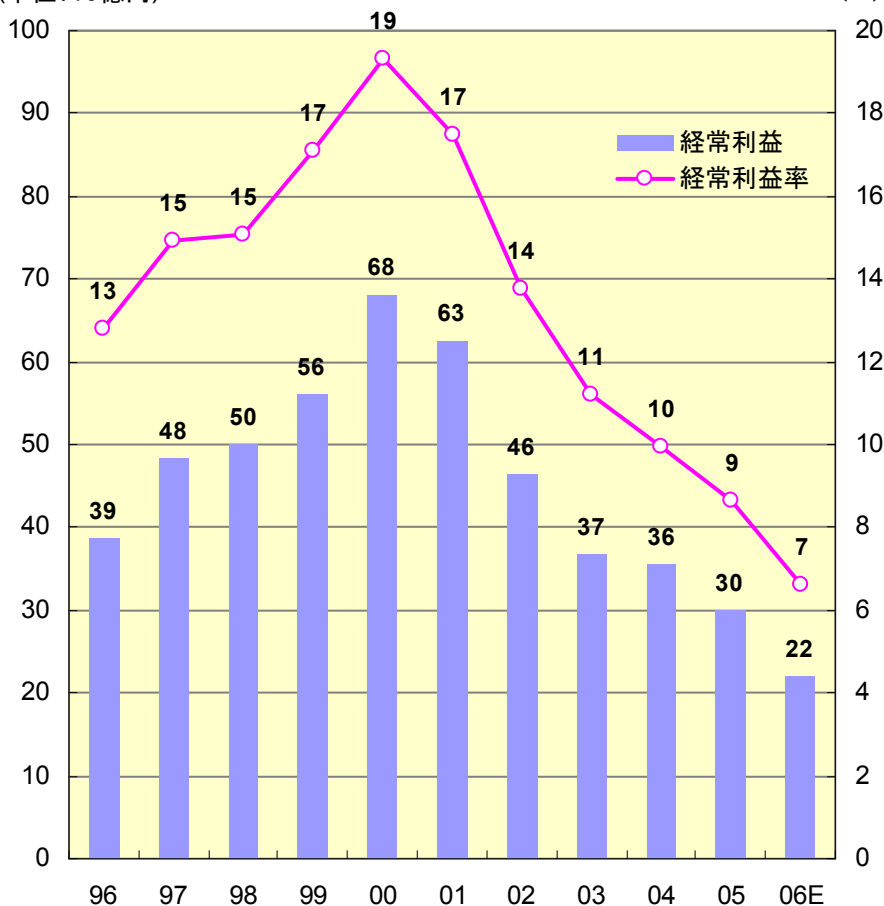




現状の経営課題

連結経常利益の推移

(単位: 10億円)



放送収入の回復

多様化するデジタルコンテンツ
伝送路への投資

地上波放送事業収入に、
収益の約8割を依存している
事業ポートフォリオから脱却





目標達成のための中期経営戦略

1.コンテンツ制作力の更なる**強化**

--- P.6

2.プロ野球ソフトの**総合的戦略**

--- P.7

3.放送外収入の**拡大**

--- P.8-11

4.積極的な事業投資の**加速**

--- P.13





コンテンツ制作力の強化

① コンテンツマルチユースを目的とした
新企画採用基準の設定

② 番組制作費の考え方
⇒ **基本制作費 + 事業戦略制作費**

③ 日本テレビならではの
オリジナルコンテンツの開発

④ 人材育成

競争力の
ある
コンテンツ





プロ野球ソフトの総合的戦略

ワンセグ、移動体放送によるソフト価値向上
BS、CSをはじめ、様々な伝送路で
コンテンツ価値最大化のための**多面的展開**

巨人戦視聴率比較（4月第4週まで）

| | NTV | | 他局 | | 全平均 | |
|-------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|
| | 放送 試合 数 | 視聴率 (%) | 放送 試合 数 | 視聴率 (%) | 放送 試合 数 | 視聴率 (%) |
| 2006年 | 12 | 13.3 | 10 | 12.0 | 22 | 12.7 |
| 2005年 | 11 | 13.4 | 14 | 12.5 | 25 | 12.9 |
| 差 | | ▲0.1 | | ▲0.5 | | ▲0.2 |

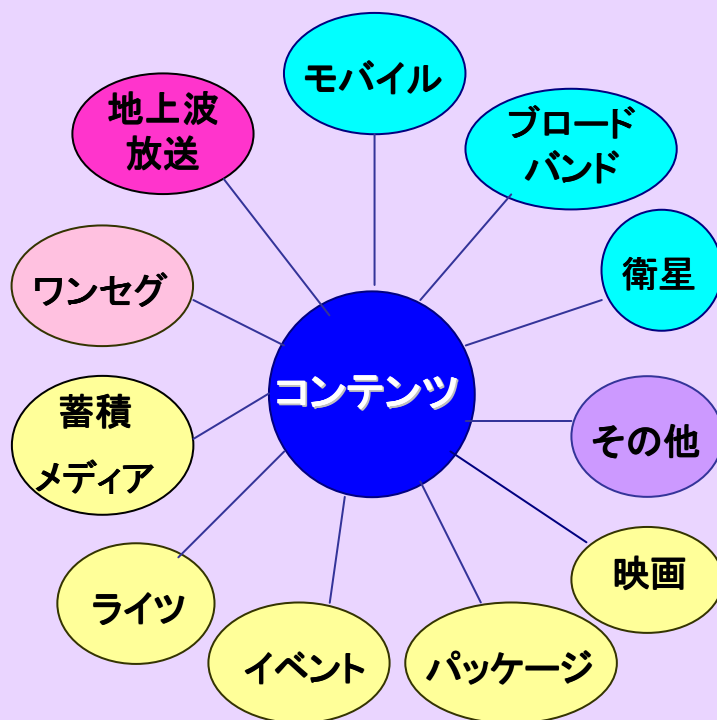




放送外収入の拡大

トータルメディア企業としての収入拡大

トータルメディア



あらゆる伝送路へのコンテンツ
流通ビジネス

あらゆる伝送路を使った消費者
へのダイレクトアクセスビジネス

映画、ライセンスビジネス
パッケージビジネス など

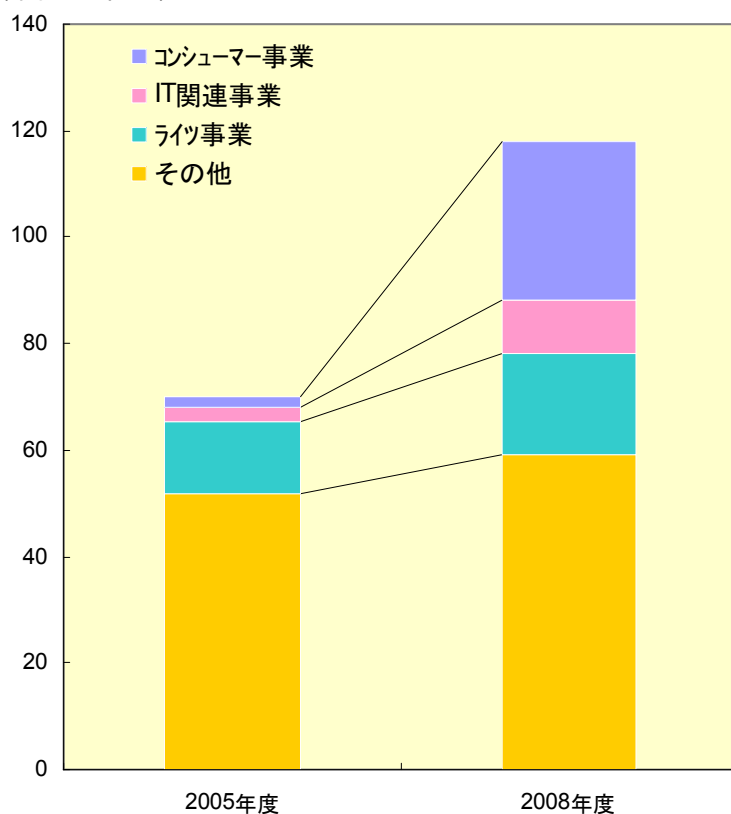




放送外収入拡大の戦略

コンテンツのマルチ展開とノウハウの活用

(単位: 10億円)



(1) コンシューマー事業

あらゆる伝送路と連動させた通販事業

(2) IT関連事業

第2日本テレビオリジナルコンテンツの充実、
フォアキャスト・コミュニケーションズを中心とした
IT事業の業域拡大

(3) ライツ事業

アニメなど地上波連動の強化、
海外マーケット

(4) その他

映画事業の強化(地上波ドラマ連動企画、
海外マーケット進出)など





第2日本テレビ戦略

「マスメディア＋インタラクティブメディア」で総合力発揮

2005年10月プレオープン
4月1日大幅リニューアルし
グランドオープン
会員数 24万人（5月15日現在）
動画再生数 **3～15倍アップ**



第2日テレだけで見られる

スペシャルコンテンツ

松本人志商店など = **有料課金**
+

スポンサー出店など = **広告収入**





ワンセグ高まる可能性

斬新でバラエティに富んだ新規ビジネスを拡大中



- モバイルコンテンツの世界に圧倒的なパワーを持って登場
- 「テレビ×インターネット」を非常に簡単な操作で可能に

(1) 有料デジタルコンテンツとの連携

着うた、VOD、有料サイトなどと「テレビ」との連携

(2) モバイルコマースとの連携

急拡大中の「モバイルコマース」と「テレビ」との連携

(3) 新しい広告商品の開発

携帯端末の特性を生かした広告の開発

リクルートと提携し「日テレグルメ」開始

通信連携によるロングテイル型広告モデルにも収入領域を拡大





不動産事業関連



↑ 日テレタワー

- 現在、麹町社屋のスタジオはフル稼働
- 事務棟はフルレンタル



麹町社屋 ↑

今後、麹町社屋の
積極的な資産活用について

プロジェクトチームで検討





攻め重視の投資戦略を加速

手許キャッシュの戦略的投資

積極的なM & A

(1)コンテンツ制作力強化のための投資

NTTドコモとのLLPなど

(2)放送外収入拡大のための投資

プレゼントキャストへの投資など





株主価値の拡大に向けて

配当性向を重視した業績連動型の配当方針

配当性向33%

(1株あたりの年間配当の下限は150円)





中期経営目標数値

| | 2005年度 実績 | 2006年度 予想 | 2008年度 目標 |
|-----------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 3,466 億円 | 3,330 億円 | 4,280 億円 |
| 経常利益 | 300 億円 | 220 億円 | 430 億円 |
| 売上高経常利益率 | 8.7 % | 6.6% | 10.0 % |
| テレビ放送事業比率 | 80.0 % | 81.7% | 72.4 % |





連結經常利益

(単位: 10億円)

